



Sympathie 2007:

■ REGAL exklusiv: Gallup untersuchte im Auftrag von REGAL

Jedes Jahr fließen Millionen von Euros in die Werbung. Dabei geht es nicht nur um den Preis-Kick, um einen kurzfristigen Erfolg, der nach Ende der Aktionen wieder passe ist. Bei der Werbung geht es zu einem Großteil um das Image. Wichtigste Komponente dabei ist die Sympathie. Deshalb beauftragte REGAL im Dezember 2007 GALLUP mit einer Blitz-Studie zum Thema Sympathie im Handel. Die Ergebnisse sind spannend.

Durchgerechnet nach dem Schulnotensystem, also auf Basis Mittelwerte, ist Spar Österreichs Sympathie-Kaiser. Doch die Verfolger Hofer und dm sind der Spar dicht an den Fersen. Ebenfalls im oberen Feld rangiert das Duo Inter- und Eurospar sowie eine Rewe-Gruppe bestehend aus Billa, Merkur und Bipa.

Billa schneidet bei Pensionisten über- und bei Beamten und Studenten unterdurchschnittlich ab. Ältere Leute finden Billa sympathischer als jüngere. Spar wieder-

um punktet mittlerweile ziemlich gleichmäßig bei allen Schichten in allen Regionen.

Sieger 2007. Auf die Frage nach dem absolut sympathischsten Geschäft 2007, bei der nur eine Antwort möglich war, haben sich Merkur und Spar mit 18 Prozent an die Spitze gesetzt. Auch Billa konnte sich mit 16 Prozent in das Spitzen-Trio schieben und hat Hofer mit 12 Prozent auf den vierten Platz verwiesen. Auf über fünf Prozent kommt sonst nur mehr Interspar.

Billa bei Frauen stark. Auch hier stimmen für Billa wieder tendenziell mehr ältere Leute mit niedrigerem Bildungsgrad. Billa kommt bei Frauen sehr gut an. Merkur punktet überraschend stark bei einkommensstärkeren Männern im selbständigen- und Beamten-Milieu. Nach Westen hin fallen die Sympathie-Werte von Merkur ab.

Spar ist ebenfalls bei Männern,

auch im bildungsschwächeren Segment stark. Während in Wien die Sympathie-Werte der Spar stark angestiegen sind und praktisch West-Niveau erreichen, fällt die Kette in Niederösterreich und zum Teil auch OÖ und Salzburg ab.

Hofer wiederum hat zuletzt bei jüngeren Leuten mit niedrigerem Bildungsgrad stark aufgeholt. Bei Bipa, dm und Schlecker fällt die klare Frauen-Dominanz auf (8%,6%,4%), während BauMax bei Männern voll durchschlägt (7%).

Die Tops. GALLUP hat die allgemeine Frage „Wie sympathisch fanden Sie die folgenden Geschäfte im Jahr 2007“ auch nach der „Topbox“, also der Note 1 und 2 ausgewertet. Das sind also die Antworten „sehr sympathisch“ und „sympathisch“ in Prozent zusammengerechnet.

Hier erreichen Spar und Hofer jeweils Sympathie-Wert von 66 Prozent, was die erste Stelle bedeutet. DM, Interspar, Billa und Bipa gut ab. **G.Sch.**



Merkur, Spar

- ▶ Spar hat in Wien stark aufgeholt
- ▶ Billa bei Frauen besonders stark

Fanden die Österreicher 2007 am sympathischsten

Nur eine Nennung möglich	%
Merkur	18
Spar	18
Billa	16
Hofer	12
Interspar	8
Bipa	5
Adeg	4
DM	4
BauMax	3
Eurospar	2
Penny	2
Schlecker	2
Nah&Frisch	1
Lidl	1
Zielpunkt	1

Sympathie nach dem Schulnotensystem

1 = sehr sympathisch bis 5 = gar nicht sympathisch	Mittelwert
Spar	2,04
Hofer	2,07
DM	2,10
Interspar	2,11
Eurospar	2,11
Bipa	2,16
Merkur	2,17
Billa	2,31
BauMax	2,37
Adeg	2,55
Schlecker	2,80
Nah&Frisch	2,83
Lidl	2,83
Zielpunkt	2,94
Penny	3,02

TOP-BOX Auswertung Note 1+2

Zustimmung zu "sehr sympathisch" und "sympathisch"	%
Spar	66
Hofer	66
DM	60
Interspar	56
Billa	55
Bipa	55
Merkur	50
Eurospar	48
BauMax	48
Schlecker	31
Lidl	29
Adeg	24
Penny	20
Zielpunkt	17
Nah&Frisch	15

Quelle : GALLUP, Umfrage Dezember 2007 im Auftrag von REGAL